

FESTIVAL DE LA MÉDIATION CULTURELLE

LA RENCONTRE ANNUELLE
DES PROFESSIONNEL·LE·S
ÉDITION 2026



PLATEFORME 10
LAUSANNE, SUISSE
2 MARS 2026



COMPTE-RENDU
DE LA MATINÉE

Préface

Le Festival de la Médiation Culturelle est né d'un constat simple : les professionnel·le·s du secteur manquaient d'un espace commun pour se retrouver, échanger et réfléchir collectivement aux enjeux de leur métier. C'est dans cette perspective que Sara Terrier et Anne-Sophie Marchal, cofondatrices du Festival et codirectrices de La Lucarne, ont lancé la première édition en mars 2025 à Lyon. Pendant deux jours, médiateur·trice·s, responsables culturel·le·s et acteur·trice·s de terrain s'y sont réuni·e·s pour confronter leurs pratiques, croiser leurs réalités et imaginer ensemble de nouvelles manières de renforcer le dialogue entre culture et publics.

Un an plus tard, le Festival pose ses valises à Lausanne, au cœur de Plateforme 10, pour une deuxième édition placée sous le signe des jeunes publics.

Ce document est le fruit de ces échanges, de ces rencontres qui ont vu des professionnel·le·s de toute la Suisse et au-delà partager leurs expériences, leurs doutes et leurs convictions. Il ne prétend pas offrir des solutions toutes faites, mais proposer des perspectives, des chemins à explorer pour une médiation culturelle plus vivante, plus incarnée, plus ouverte.

En complément des interventions et de la table ronde, l'après-midi a été consacrée à des ateliers thématiques. Ces espaces de travail collaboratif, non enregistrés, ont permis aux participant·e·s d'approfondir collectivement les questions soulevées le matin. Chaque atelier a offert un espace d'échange et d'expérimentation autour des pratiques de médiation culturelle.

Anne-Sophie Marchal & Sara Terrier
Codirectrices / Cofondatrices
Mars 2026

Table des matières

Préface	1
1 — Contexte et enjeux de la journée	3
Une édition dédiée aux jeunes publics, qui interroge les pratiques de médiation culturelle et rassemble des professionnel·le·s autour d'une ambition commune : réinventer l'approche muséale pour les nouvelles générations.	
2 — Mot de bienvenue et contextualisation	6
Retour sur les prises de parole inaugurales qui ont posé le cadre de la journée, ses ambitions et ses perspectives, à travers les regards croisés des organisatrices et des partenaires institutionnels.	
3 — Un même élan, trois musées : la médiation culturelle à Plateforme 10	10
Comment trois institutions muséales distinctes parviennent-elles à cohabiter, collaborer et maintenir chacune leur singularité ? Exploration d'un modèle de coopération unique en Suisse.	
4 — Réinventer la médiation avec les jeunes : la « formule bernoise » du Musée de la communication	14
Une approche novatrice qui place l'humain et l'expérience au cœur de la médiation culturelle, à travers le témoignage de Timothée Olivier et l'expérience du Musée de la communication de Berne.	
5 — Table ronde : Comment le musée participe-t-il à l'éveil des enfants ?	19
Quatre professionnel·le·s aux parcours complémentaires interrogent le rôle du musée dans l'éveil culturel des enfants, entre expérimentation, sensibilité et transformation des pratiques institutionnelles.	
Conclusion	24
Annexe : Ateliers de l'après-midi	25
Contact	26

1

Contexte et enjeux de la journée

Pourquoi consacrer une édition entière aux jeunes publics ? Cette section revient sur les intentions du Festival, la diversité des publics visés, des bébés aux adolescent·e·s et les grandes questions qui ont guidé la journée, le tout ancré dans le cadre unique de Plateforme 10.



FMC, 2026
© LausannePhoto Studio

Les jeunes publics : une diversité de besoins et de pratiques

En 2026, le Festival de la Médiation Culturelle a consacré son édition entière aux jeunes publics dans les musées et sites patrimoniaux, avec une ambition claire : repenser collectivement les formes de transmission, d'échange et d'expérience culturelle.

Des bébés aux adolescent·e·s, les jeunes publics forment un ensemble riche et pluriel. Chaque tranche d'âge porte ses propres besoins, ses rythmes, ses curiosités. Cette édition en a pris la mesure : bébés spectateur·rice·s, enfants en visite individuelle, familles en quête de découvertes partagées, groupes scolaires de tous niveaux, autant de réalités pour lesquelles la médiation doit être pensée de manière sensible, inclusive et véritablement adaptée.

Le Festival a offert un panorama vivant des pratiques actuelles à travers des présentations, une table ronde et des ateliers nourris de retours d'expérience et d'outils innovants. L'occasion aussi de mettre en lumière des initiatives locales et internationales, et des dispositifs concrets qui dessinent les médiations culturelles de demain. Les échanges ont tourné autour de questions essentielles :

- Comment favoriser l'éveil culturel des tout-petit·e·s ?
- Quelles approches permettent de capter l'attention des adolescent·e·s ?
- Comment construire des parcours hybrides, entre présence et numérique, pour accompagner les familles dans leur rapport à l'art et au patrimoine ?
- Comment adapter sa posture face à des classes hétérogènes ou dans des contextes d'inclusion ?

Le Festival s'est tenu au cœur de Lausanne, au sein de Plateforme 10, un quartier des arts unique en Suisse. Ce pôle culturel d'envergure internationale rassemble trois institutions majeures sur un même espace :

- le Musée cantonal des Beaux-Arts (MCBA),
- le mudac – Musée cantonal de design et d'arts appliqués contemporains,
- et Photo Elysée – Musée cantonal pour la photographie.

Plus qu'un simple regroupement muséal, Plateforme 10 est un lieu d'exposition, de rencontre et de dialogue entre disciplines artistiques, conçu pour favoriser la circulation des publics, la transversalité des pratiques et l'expérimentation culturelle.

Pour le Festival, ce cadre a constitué un terrain idéal. Les trois institutions ont été pleinement représentées et impliquées, offrant aux participant-e-s des perspectives variées, des méthodes complémentaires et des expériences ancrées dans des contextes artistiques distincts.

FMC, 2026
© LausannePhoto Studio



2

Mot de bienvenue

Avant les conférences et les ateliers, place aux mots qui donnent le ton. Retour sur les discours d'ouverture, entre remerciements, convictions partagées et annonces pour la suite.

De gauche à droite :
Sara Terrier, Candice
Hittier, Sylvie Gobbo et
Anne-Sophie Marchal
© LausannePhoto Studio



Ouverture de la journée

Le Festival de la médiation culturelle 2026 s'ouvre comme un temps à part, une parenthèse volontaire dans le quotidien souvent effréné des professionnel·le·s du secteur. Née à Lyon en 2025 à l'initiative de Sara Terrier et Anne-Sophie Marchal, cette rencontre annuelle en est déjà à sa deuxième édition — preuve, s'il en fallait une, qu'elle répond à un besoin réel. L'objectif reste le même qu'à ses débuts : permettre à chacun·e de souffler, de prendre du recul, et de poser un regard plus large sur ses pratiques. Un espace pour penser autrement, analyser, et renouveler ses approches.

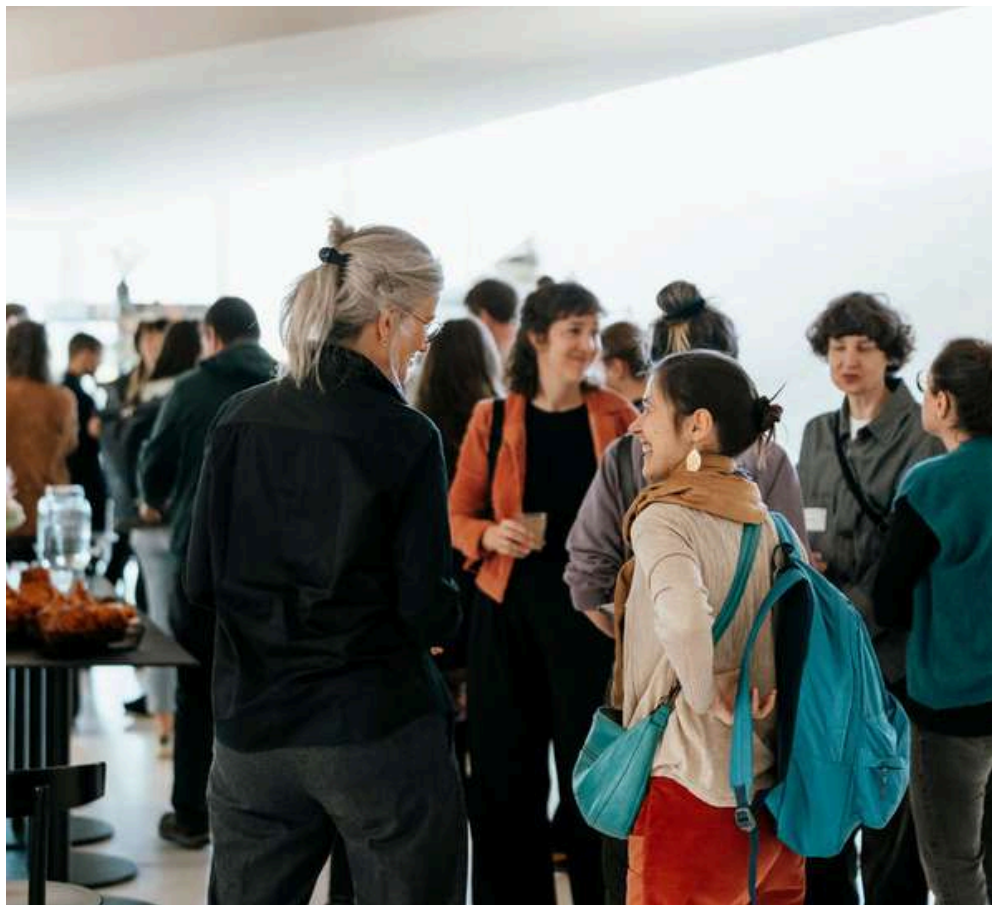
Le mot d'accueil a été assuré par :

- Sara Terrier et Anne-Sophie Marchal, cofondatrices du Festival et codirectrices de La Lucarne
- Sylvie Gobbo et Candice Hittier, chargées de projet du Festival
- Myriam Valet, responsable de l'Unité accès à la culture à la Direction générale de la culture du Canton de Vaud

Un espace de rencontres entre pair·e·s

Au cœur du Festival, il y a une conviction : les rencontres entre pair·e·s ont une valeur que les échanges du quotidien ne peuvent pas toujours offrir. Pensé comme un rendez-vous annuel, cet événement crée un cadre bienveillant où les discussions vont au-delà du simple échange de cartes de visite. On y partage des expériences, on y soulève des questions, on y trouve parfois des réponses. La diversité des participant·e·s, venu·e·s d'institutions variées, de territoires différents, de contextes professionnels multiples, est l'une des grandes forces de l'événement. Elle permet de croiser les regards, de confronter les pratiques, et de transformer des préoccupations individuelles en ressources collectives.

La journée est portée par une dynamique d'intelligence collective bien réelle. Les échanges font émerger des idées nouvelles, stimulent la créativité, et ouvrent des pistes concrètes de collaboration. Le Festival agit comme un catalyseur : les réflexions partagées deviennent des projets, et les doutes de certain·e·s trouvent des échos, parfois des



réponses, chez d'autres. Sur le plan pratique, la journée s'articule autour d'interventions plénières le matin, puis d'ateliers thématiques l'après-midi, pour des échanges plus approfondis en groupes restreints.

L'événement repose aussi sur des soutiens précieux. Les organisatrices ont tenu à remercier chaleureusement leurs partenaires, en particulier Plateforme 10, qui réunit le MCBA, le mudac et Photo Elysée, ainsi que la Direction générale de la culture du canton de Vaud, pour leur confiance et leur accompagnement. Un merci également aux intervenant-e-s, modérateur-ric-e-s et équipes de projet, dont l'implication a été indispensable à la réussite de cette édition.

Un engouement qui ne se dément pas

L'engouement pour cette édition parle de lui-même : les inscriptions ont été complètes en un temps très court. Ce signal fort confirme l'intérêt et le besoin d'un tel espace dans le secteur. La prochaine édition est d'ores et déjà annoncée : elle se tiendra du 10 au 12 mars 2027, en partenariat avec les Musées de la Ville de Strasbourg, avec un format élargi sur trois jours. Le Festival affirme ainsi son ambition de s'inscrire durablement comme un temps fort fédérateur pour la communauté de la médiation culturelle.

Myriam Valet,
Responsable Unité
accès à la culture
Direction générale de la
culture, Canton de Vaud
© LausannePhoto Studio

Innover pour les jeunes publics

Dans son mot de bienvenue, Myriam Valet, représentante de la Direction générale de la culture du canton de Vaud, a salué cette rencontre professionnelle et souligné le rôle de Plateforme 10 comme moteur d'innovation en médiation culturelle. Elle a mis en avant la thématique de cette édition, l'innovation à destination des jeunes publics, qui reflète une évolution profonde du secteur vers une approche plus fine et diversifiée. Au-delà des catégories traditionnelles que sont les familles et les classes scolaires, la médiation s'ouvre désormais aux tout-petit·e·s, aux structures parascolaires, et à une segmentation plus précise des jeunes. Cette dynamique s'inscrit dans une transformation plus large : renforcer l'inclusion et l'accessibilité, mais aussi repenser ce que la médiation culturelle cherche à accomplir. Elle intègre aujourd'hui des dimensions sociales, créatives et transformatives qui dépassent la seule transmission des savoirs.

L'intervention s'est conclue par un rappel du soutien du Fonds cantonal de sensibilisation à la culture, et par des remerciements à l'équipe organisatrice, avec tous les vœux pour une journée riche en échanges et en inspirations.



3

Un même élan, trois musées : la médiation culturelle à Plateforme 10

Comment trois musées aux identités distinctes parviennent-ils à cohabiter, collaborer et maintenir chacun leur singularité ? C'est à cette question que Laetitia Aeberli, responsable de la médiation culturelle au mudac, Sandrine Moeschler, responsable de la médiation culturelle au MCBA, et Maude Paley, responsable Publics & Médiation à Photo Elysée, ont répondu en partageant leurs expériences respectives. Retour sur une coopération qui ne va pas de soi et qui n'en est que plus instructive.

L'atelier des publics

Ce lieu au cœur du plateau d'exposition, d'une surface de 90 m², accueille un programme ouvert à toutes et tous qui permet à de multiples formes de médiation de prendre vie.



mudac

Laetitia Aeberli,
responsable de la
médiation culturelle, mudac
© LausannePhoto Studio

Plateforme 10 : trois musées, un site, des médiations en dialogue

Plateforme 10 est à la fois un quartier culturel et une fondation de droit public. Ce site lausannois a progressivement réuni trois institutions majeures : le Musée cantonal des Beaux-Arts (2019), Photo Elysée (2022) et le mudac (2022). Chacune porte une histoire et une identité propres, mais toutes trois partagent désormais une même esplanade et une structure juridique commune.

Plusieurs fonctions sont mutualisées à l'échelle du site : accueil, billetterie, marketing, sécurité, ressources humaines, finances, informatique et une partie de l'événementiel. La médiation culturelle, elle, reste délibérément en dehors de cette logique. Ce choix permet à chaque institution de conserver ses équipes, ses méthodes et son positionnement propre vis-à-vis des publics. Il en résulte trois approches distinctes, directement liées aux spécificités disciplinaires de chaque musée. La question d'une éventuelle mutualisation reste ouverte, mais elle est suffisamment complexe pour mériter, à elle seule, une réflexion approfondie.

Coordination et inclusivité : des chantiers partagés

La cohabitation au sein d'un même écosystème a nécessité des ajustements, notamment quant à la place de la médiation : centrale dans la relation aux publics, elle doit parfois affirmer sa légitimité dans les dynamiques institutionnelles. Deux niveaux de coordination ont été mis en place pour structurer les échanges. Un groupe réunit les responsables de médiation des trois musées pour un dialogue stratégique. Un pôle public, associant accueil, surveillance, communication, librairie-boutique et médiation, traite quant à lui des enjeux opérationnels liés aux flux de visiteur-se-s, à la signalétique et à l'expérience de visite. L'ensemble traduit une recherche constante d'équilibre entre dynamique collective et préservation des identités institutionnelles.

La programmation illustre bien cette articulation. Chaque musée développe des propositions ancrées dans son champ disciplinaire (beaux-arts, photographie ou design) tout en participant à des temps forts communs : PâKOMUZé, le Passeport vacances, la Nuit des musées, le 8 mars, les Journées du matrimoine, ou encore certaines expositions transversales comme celle consacrée au surréalisme. Ces événements partagés exigent un travail de coordination minutieux pour éviter les redondances et garantir la complémentarité des propositions. Programmer ensemble sans se ressembler relève d'un véritable exercice d'équilibre.

L'inclusivité constitue un autre axe de travail transversal. Un groupe dédié, réunissant des représentant·e-s des trois musées, œuvre à l'amélioration de l'accueil et formule des recommandations à destination des secteurs de la médiation, de la conservation et de la direction. Il travaille également à l'accessibilité physique des bâtiments, à des projets communs comme les visites en langue des signes, et à l'adaptation des parcours de visite. Ce chantier, identifié comme prioritaire, met en lumière les tensions possibles entre qualité architecturale et accessibilité, et souligne la nécessité d'un engagement structurel sur le long terme.

L'atelier des publics
© mudac - Plateforme 10



Trois institutions, trois identités

Au sein de cet ensemble, chaque musée affirme une singularité bien marquée.

Le mudac se distingue par une approche expérimentale, fondée sur l'itération et l'essai, une posture naturellement liée à la diversité des sujets d'exposition. Le design, discipline ancrée dans le quotidien, facilite le dialogue avec une grande variété de publics et ouvre la voie à de nombreux partenariats. Un atelier des publics de 90 m², situé au cœur des espaces d'exposition, permet le développement de pratiques créatives et de formats de médiation novateurs. La médiation y est également étroitement liée à l'événementiel, dans une logique d'activation des publics : programmes multidisciplinaires, balades design, journées thématiques hors les murs, autant de manifestations de l'ADN expérimental du mudac.



Photo Elysée inscrit sa médiation dans une réflexion critique sur l'image contemporaine. Face à un monde saturé d'images, les dispositifs proposés visent à développer l'analyse et le débat, en interrogeant le médium et sa place dans le musée comme dans la société. Des espaces d'échange sont intégrés aux parcours d'exposition, et l'Atelier offre un lieu ouvert de réflexion et de ressources. Hors les murs, le Photomobile (studio photographique mobile intervenant en milieu carcéral, hospitalier ou médico-social) permet d'aller vers les publics qui ne peuvent se rendre facilement au musée. Un comité de jeunes de 18-25 ans participe par ailleurs à la réflexion sur les contenus et les modes de communication de l'institution.

Le MCBA, quant à lui, structure son action autour de trois axes. Le concept de « Caring Museum » développe une offre de médiation à l'intersection de l'art et de la santé, en collaboration avec des professionnel·le·s de la psychiatrie, de la cardiologie et d'autres domaines. Un deuxième axe porte sur la participation et l'appropriation, à travers la formation de publics relais (enseignant·e·s, travailleur·se·s sociaux·ales, éducateur·rice·s de la petite enfance, bénévoles) et la co-construction de projets avec différents publics, dont les 18-25 ans dans le cadre de la « Carte blanche aux publics ». Enfin, le musée assure la régularité de ses propositions à destination des écoles, en s'appuyant sur ses collections permanentes et sur des formats originaux qui varient les approches de l'art.

Plateforme 10 apparaît comme un modèle de coopération institutionnelle fondé sur un équilibre délicat : mutualiser sans homogénéiser, collaborer sans effacer les singularités. Le site fonctionne comme un laboratoire vivant, où les pratiques de médiation se déploient, se confrontent et s'enrichissent mutuellement dans une tension productive entre cadre commun et identités propres.

4

Réinventer la médiation avec les jeunes : la « formule bernoise » du Musée de la communication

Timothée Olivier, communicateur au Musée de la communication à Berne, a présenté un modèle de médiation qui fait le pari de l'humain. Au cœur du dispositif : les « communicateur·rice·s », un métier créé de toutes pièces par l'institution pour placer la relation humaine au centre de l'expérience muséale.

La présentation s'ouvre sur un récit saisissant : un braquage spectaculaire dans une poste suisse en 1997, 53 millions dérobés, une voiture incendiée, et une intervention inattendue de pompiers qui permet de préserver des preuves cruciales. Cette anecdote, liée à un objet conservé dans les collections du musée, illustre d'emblée une philosophie singulière. Ici, la transmission ne passe pas uniquement par les objets exposés, mais par le dialogue, l'échange et l'expérience vécue. Le Musée de la communication revendique une intention claire : ne pas seulement exposer la communication, mais la faire vivre, en plaçant l'humain au cœur de l'expérience muséale.

La question qui oriente toute la démarche est simple : comment susciter la curiosité et l'engagement des jeunes publics ?

Une médiation fondée sur le dialogue et l'expérience

Lors du renouvellement de l'exposition permanente dans les années 2010, le musée a fait un choix structurant : privilégier les relations humaines plutôt que les technologies. Ce positionnement se traduit concrètement par une scénographie favorisant l'interaction, une intégration de la médiation culturelle dès la conception des expositions, et la création d'un nouveau métier : les « communicateur·rice·s ».

Placer l'humain au cœur du musée

Aujourd'hui, 22 communicateur·rice·s assurent l'accueil et la médiation culturelle, à l'intérieur comme à l'extérieur de l'exposition, avec une présence continue dans le musée. Leur rôle dépasse largement les fonctions traditionnelles pour devenir pleinement relationnel : accompagner, provoquer, enrichir l'expérience de visite.

© Musée de la communication



Cette approche repose sur un cadre théorique propre à l'institution, la « formule bernoise », qui articule trois dimensions :

Expérience > Échange > Compréhension = dialogue du public avec le musée

Ces dimensions ne suivent pas une progression linéaire : elles s'entrelacent. Une interaction peut être brève ou prolongée, commencer avant la visite, se poursuivre bien après. Le musée propose ; le public choisit s'il accepte le dialogue.

Depuis 2014, le musée a abandonné les dispositifs classiques, surveillance statique, visites guidées ponctuelles, au profit d'une médiation active. Les communicateur·rice·s circulent librement dans les espaces, initient des conversations spontanées, proposent des activités improvisées ou programmées, et adaptent leur posture aux différents publics. Leur mission n'est pas de transmettre un savoir figé, mais d'engager un dialogue authentique. Le musée devient ainsi un espace de conversation, fondé sur l'échange plutôt que sur un discours descendant.

© Musée de la communication



La « formule bernoise » : un modèle non linéaire

Chaque matin, les communicateur·rice·s se réunissent pour imaginer les interactions de la journée, en fonction des publics attendus et de l'actualité. Les dispositifs proposés sont simples et ouverts : écrire sa langue maternelle sur un mur collectif, partager son rapport aux objets du quotidien, répondre à une question personnelle et en discuter avec d'autres visiteur·se·s. Ces propositions agissent comme des déclencheurs de dialogue. Le but : provoquer un déclic, une compréhension qui s'installe naturellement.



Une médiation quotidienne, improvisée et collective

L'approche envers les jeunes repose sur des questions ouvertes, sans réponse attendue. Quelle application te stresse le plus ? Qu'aimerais-tu laisser derrière toi cette année ? Qu'est-ce que tu sais vraiment bien faire ? Cette méthode favorise l'expression personnelle et crée les conditions d'un échange authentique, porté par un intérêt réel de la part des communicateur·rice·s.

Dans certains cas, la médiation révèle des dimensions inattendues. Lors d'un atelier, un enfant a exprimé, à travers une construction en Lego, une situation de harcèlement scolaire, révélée ainsi à son parent présent. La médiation devient alors un espace de dialogue qui déborde largement le cadre muséal.

Faire des publics des contributeur·rice·s

Le musée développe également des dispositifs participatifs qui prolongent cette logique. Chaque été, le projet *Speech Babel* permet de collecter des témoignages en langues minoritaires, intégrés ensuite à l'exposition. Avec *My Museum*, les visiteur·se·s proposent des objets susceptibles d'entrer dans les collections, soumis au vote du public. Certains objets proposés par des jeunes ont ainsi rejoint les collections, témoignant d'une ouverture réelle du processus de patrimonialisation.

Les groupes scolaires : une relation fondée sur la confiance

Les groupes scolaires représentent une part importante des visiteur·se·s. L'accueil repose sur une introduction courte, jusqu'à 15 minutes, suivie d'une activité brise-glace. Les communicateur·rice·s sont identifiables par leur prénom, ce qui favorise une relation directe et détendue. La régulation des comportements repose ainsi davantage sur la relation humaine que sur la surveillance.

Limites et tensions du modèle

Ce modèle exige une forte autonomie des équipes, une grande capacité d'adaptation et un engagement personnel authentique. Il peut entrer en tension avec certaines attentes scolaires, notamment lorsque le corps enseignant attend des réponses structurées, du type vrai/faux. Par ailleurs, la participation des publics reste encadrée par l'institution, qui en définit les modalités.

Une transformation en profondeur

L'expérience du Musée de la communication met en évidence une transformation profonde de la médiation. Le musée devient un espace de conversation et de critique, une curation dynamique selon l'actualité, un lieu de co-construction du sens. L'objectif dépasse la simple transmission de connaissances : il s'agit de susciter la curiosité, d'encourager l'engagement et d'inscrire l'expérience de visite dans une temporalité élargie. La compréhension que génère la formule bernoise ne se limite pas au temps de la visite elle se prolonge, souvent, dans la vie quotidienne des visiteur·se·s.

© Musée de la communication



5

Table ronde

Comment le musée participe-t-il à l'éveil des enfants ?

À quoi sert vraiment que les enfants viennent au musée ? C'est sur cette question, simple en apparence, que s'est ouverte la table ronde. Quatre professionnel·le·s aux horizons différents, médiation culturelle, pédagogie, muséologie du jeu, ont partagé leurs expériences et leurs convictions sur ce que le musée peut, et devrait, offrir aux plus jeunes.

Intervenant·e·s :

- Gabrielle Chapuis, médiatrice culturelle, MCBA (Lausanne)
- Sabine Germann, conseillère pédagogique, Partenaire Enfance & Pédagogie - PEP (Lausanne)
- Selim Krichane, directeur, Musée Suisse du Jeu (La Tour-de-Peilz)
- Anne-Françoise Rasseaux, médiatrice culturelle, Musée royal de Mariemont (Belgique)

Modératrices :

- Anne-Sophie Marchal et Sara Terrier, cofondatrices du Festival et codirectrices de La Lucarne



FMC, 2026
© LausannePhoto Studio

Éveiller les enfants au musée : expériences, postures et transformations

La discussion s'ouvre sur une question simple, presque provocante : à quoi sert vraiment que les enfants viennent au musée ? Avant d'aborder dispositifs ou stratégies institutionnelles, les intervenant·e·s convoquent leurs propres souvenirs d'enfance. Émergent des images fragmentaires : un sac en papier froissé en classe, une salle de jeu restée en mémoire, des cristaux découverts en famille. Ce qui persiste, ce n'est pas l'information transmise, mais l'expérience vécue, l'émotion ressentie, la trace laissée. D'emblée, la table ronde pose un cadre : l'éveil ne relève pas uniquement de la transmission de savoirs, mais d'une expérience sensible et incarnée.

Les échanges font émerger une conception élargie du musée, envisagé non seulement comme un lieu d'apprentissage, mais comme un espace sensoriel, relationnel et existentiel, où l'enfant est un acteur actif de sa découverte du monde. Comme le rappelle Sabine Germann : « *L'enfant est un chercheur.* » Il explore, manipule, observe, expérimente, dans une logique proche de celle de la recherche. Le musée devient alors un terrain d'enquête, au même titre que l'espace quotidien.

Le musée comme espace d'expérience sensible

Gabrielle Chapuis souligne que pour les très jeunes enfants (0-5 ans), l'éveil commence dès le trajet : le bus, les sons, les textures, les éléments urbains. Les enfants ne hiérarchisent pas les stimuli ; ils investissent l'ensemble de leur environnement.

Anne-Françoise Rasseaux insiste sur la qualité du temps partagé et sur la posture du médiateur·rice, lui·elle aussi chercheur·se : « *L'enjeu n'est pas seulement d'apprendre, mais de vivre quelque chose.* » L'expérience muséale doit être marquante, ouverte, attentive à l'imprévu. Un consensus fort se dégage : l'enfant est déjà acteur·rice. L'enjeu consiste à ne pas entraver cette dynamique.

Au Musée Suisse du Jeu, cela passe par des expositions où l'expérimentation est au cœur du propos. Plus de trente dispositifs ludiques y sont intégrés (jeux traditionnels, jeux vidéo, installations immersives) permettant une participation directe. L'intégration d'une cabane au sein de l'exposition envoie un signal clair : l'espace muséal est aussi un espace appropriable. Comme le décrit Selim Krichane, le jeu n'est pas un simple outil pédagogique, mais un mode d'expérience à part entière : « *Pour comprendre le jeu, pour comprendre son intérêt historique, sociétal, culturel, il faut jouer.* »

© Musée Suisse du Jeu



Des dispositifs pensés pour et avec les enfants

Du côté des dispositifs participatifs, l'outil *Ricochet*, présenté par Anne-Françoise Rasseaux, repose sur des cartes mêlant images et textes pour explorer des notions comme la fragilité, la transformation ou le questionnement. Avec les adolescent·e·s, briser la linéarité de la visite est essentiel. Des dispositifs comme le débat mouvant permettent de rompre avec la passivité et d'encourager la prise de parole, y compris chez des jeunes peu enclins à s'exprimer dans des formats classiques.

© Musée Royal de Mariemont





Un des apports majeurs de la table ronde réside dans l'importance accordée à la formation croisée. Les projets menés avec des crèches au MCBA ont permis de déconstruire les représentations mutuelles entre institutions culturelles et éducatives, d'adapter les pratiques professionnelles et d'améliorer l'accueil des très jeunes publics. La formation du personnel d'accueil et de sécurité apparaît également comme un levier essentiel : elle conditionne la capacité du musée à autoriser réellement l'activité et l'expression des enfants. Ces démarches participent à une transformation en profondeur de l'institution.

Le musée est pensé comme un espace accessible à des publics aux parcours culturels variés. La co-construction et le dialogue favorisent l'appropriation des lieux et contribuent à fidéliser les publics.

Changer de posture, changer l'institution

Les projets menés avec des structures de la petite enfance (0-5 ans) au MCBA mettent en évidence l'importance d'un changement de posture : préparer les professionnel·le·s à accepter que l'enfant guide l'expérience, privilégier l'accompagnement sur la direction, et impliquer l'ensemble des acteurs·rice·s du musée dans cette dynamique. La médiation devient alors un processus partagé, entre médiateur·rice·s, éducateur·rice·s et personnel d'accueil.

Ce que les jeunes publics nous apprennent

La définition élargie du « jeune public » (0-25 ans) invite à repenser les dispositifs. Si les adolescent·e·s nécessitent des approches spécifiques, leurs besoins fondamentaux (expression, reconnaissance, exploration) rejoignent ceux des plus jeunes. Le musée apparaît ainsi comme un lieu de co-construction du savoir, un espace d'émerveillement et de développement de l'imaginaire, un environnement de construction citoyenne. *« L'éveil ne se décrète pas. Il se construit dans l'expérience. »*

Vers un musée à hauteur d'enfant

La table ronde a mis en lumière une évolution significative des pratiques de médiation à destination des jeunes publics. Elle souligne un déplacement du rôle du musée, désormais envisagé non seulement comme un lieu de transmission des savoirs, mais comme un espace d'expérience, de relation et de construction du sens.

L'accent est porté sur la qualité du vécu, sur l'implication des publics et sur la reconnaissance de l'enfant comme acteur·rice à part entière. Ces approches impliquent des transformations profondes dans les postures professionnelles comme dans l'organisation institutionnelle : formation des équipes, décloisonnement des fonctions, adaptation des espaces, prise en compte de l'ensemble des acteurs·rice·s du musée, y compris les fonctions d'accueil et de sécurité.

Se dessine ainsi un modèle de musée plus inclusif, plus attentif aux besoins fondamentaux des publics, davantage inscrit dans une dynamique relationnelle. L'éveil ne se réduit plus à un objectif pédagogique : il s'inscrit dans une expérience globale, sensible et partagée.

FMC, 2026

© LausannePhoto Studio



Conclusion

Cette journée a mis en lumière une transformation profonde des pratiques de médiation culturelle. Au-delà des dispositifs techniques, c'est la posture même des institutions qui se réinvente : le musée n'est plus un temple du savoir, mais un espace vivant, un territoire de dialogue et de co-construction.

Les interventions ont révélé des points de convergence forts : placer l'humain au centre, reconnaître les jeunes comme des acteurs à part entière, accepter l'imprévisibilité et la spontanéité comme des richesses. Qu'il s'agisse de Plateforme 10, du Musée de la communication ou des expériences partagées lors de la table ronde, un même fil conducteur émerge : la médiation culturelle n'est plus une transmission, mais une conversation.

Les défis sont nombreux : transformer les pratiques institutionnelles, former les équipes, repenser les espaces, développer des approches inclusives. Mais les expériences présentées montrent que ces transformations sont non seulement possibles, mais déjà en marche.

Nous remercions chaleureusement tous nos partenaires et soutiens : la Direction générale de la culture du Canton de Vaud, Mediamus, Médiation Culturelle Suisse, le MCBA, le mudac et Photo Elysée.

Leur participation, leur présence et leur confiance ont été essentielles au succès de cette deuxième édition et donnent tout son sens à cette rencontre professionnelle.



Annexe : ateliers de l'après-midi

Ces ateliers, volontairement non enregistrés, ont permis des échanges libres et approfondis entre professionnel·le·s.

Réinventer l'expérience de visite par le sensoriel et l'interaction

Découvertes d'approches sensorielles et de dispositifs interactifs transformant la visite des jeunes publics en une expérience vivante et mémorable.

Intervenantes :

Chloé Andrieu, chargée de projets Accessibilité, Photo Elysée
Gisèle Comte, médiatrice culturelle, MCBA
Anne-Françoise Rasseaux, médiatrice culturelle, Musée royal de Mariemont (Belgique)

Modératrice :

Sylvie Gobbo, médiatrice culturelle et chargée de projets pour le Festival

Le musée en famille, une expérience intergénérationnelle

Cet atelier a exploré les manières innovantes de concevoir des parcours et des activités qui rassemblent les membres d'une famille, afin que petits et grands partagent un même plaisir de découverte.

Intervenantes :

Stasa Genest, médiatrice culturelle, MCBA
Loyse Graf, médiatrice culturelle, Musée d'art et d'histoire (Genève)

Modératrice :

Sara Terrier, cofondatrice du Festival et codirectrice de La Lucarne

Jeux et gamification en médiation culturelle

Comment utiliser le jeu, chasses au trésor, escape games, serious games, pour capter l'attention des jeunes et les impliquer activement dans la découverte des œuvres ?

Intervenant·es :

Hermine Chapron, médiatrice culturelle, Valorisation du Monument Vauban (France)
Selim Krichane, directeur, Musée Suisse du Jeu

Modératrice :

Samuel Metzener, muséographe et médiateur culturel

Quand les 15-25 ans deviennent acteur·trices de leur vie culturelle

Quelles sont les stratégies éprouvées pour émanciper la participation des plus de 15 ans au musée ? En passant d'une logique de visite passive à une expérience culturelle choisie, les jeunes gagnent à s'y sentir plus légitimes et concernés.

Intervenantes :

Cécilia Bovet, médiatrice culturelle, MCBA
Timothée Olivier, communicateur, Musée de la communication (Berne)
Rachele Riani, médiatrice culturelle, Photo Elysée

Modératrice :

Anne-Sophie Marchal, cofondatrice du Festival et codirectrice de La Lucarne

Suivez le Festival de la Médiation Culturelle !

Restez informé·e des prochaines éditions et des temps forts.

- **ABONNEZ-VOUS À NOTRE NEWSLETTER**
- **RETROUVEZ-NOUS SUR LINKEDIN**
- **INFO@FESTIVALMEDIATIONCULTURELLE.COM**
- **[FESTIVALMEDIATIONCULTURELLE.COM](https://www.festivalmediationculturelle.com)**

Festival de la Médiation Culturelle — Édition 2026

Compte-rendu de la matinée du 2 mars 2026

Plateforme 10, Lausanne, Suisse

Organisation

La Lucarne

Sara Terrier & Anne-Sophie Marchal, cofondatrices du Festival et codirectrices
Sylvie Gobbo & Candice Hittier, chargées de projet

Rédaction

Candice Hittier, Anne-Sophie Marchal et Sara Terrier

Mise en page

La Lucarne

Photographies

Crédits reportés en regard des images

Partenaires

Direction générale de la culture du Canton de Vaud

Mediamus

Médiation Culturelle Suisse

MCBA – Musée cantonal des Beaux-Arts

mudac – Musée cantonal de design et d'arts appliqués contemporains

Photo Elysée – Musée cantonal pour la photographie

© Festival de la Médiation Culturelle, 2026

Tous droits réservés.